

### 【高校生価値意識調査2022】 今の自分は「幸せ」が過去最高の80.8%。 デジタルネイティブならではの“デジタル・ネット依存”も。

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）が運営する『リクルート進学総研』（所長：小林 浩）では、高校生の将来観・キャリア観・進学観・ライフデザインに関する「高校生価値意識調査」を実施いたしました。このたび調査結果がまとまりましたので、一部をご報告致します。

#### ■今の自分は幸せか？：P4

「幸せだと思う」「どちらかという幸せだと思う」の合計「幸せ・計」が80.8%（前回調査18年比+4.0ポイント）で2014年以降過去最高となった。特に「幸せだと思う」（37.9%）が2018年から+10.8ポイントと大幅に増加した。

#### ■自分の将来・社会の将来は明るいと思うか？：P4

自分の将来が「明るい・計」が71.3%に対し、社会の将来は「明るい・計」が50.9%、「明るくない・計」が49.1%と明暗が二極化。

#### ■自分たちの世代に名前を付けるなら？：P5

自由回答で得られた回答を出現割合順にランク付けした結果は下記となった。

1位：コロナ世代（10.7%）

2位：Z世代（8.8%）

3位：ネット・ネット依存・デジタル世代（6.9%）

この他、「SNS中心世代」「制限世代」「続ゆとり世代」「ながら世代」等。

3位の「ネット・ネット依存・デジタル世代」に関しては、「情報社会適応世代」など前向きな捉え方がある一方、「ネットに頼りきる世代」などネガティブな意味を込めたものの両方が存在している。

#### ■自分たち世代の「強み」・「弱み」は？：P6

自分たちの世代が持つ強み・弱みについて自由回答で得られた回答をランク付けした結果は下記の通り。ネットやPCなどの情報技術やその活用力が「強み」に集中した一方、ネット依存やそのトラブルが「弱み」にも現れている。

##### 【強み】

1位：「インターネット・SNS」（22.0%）

2位：「IT・情報化社会・デジタル」（15.6%）

3位：「情報の収集力・伝達力」（5.8%）

##### 【弱み】

1位：「コミュニケーション・会話が下手」（9.7%）

2位：「インターネット・SNSへの依存やトラブル」（5.8%）

3位：「経験不足（人生・社会）」（4.7%）

※出版・印刷物、WEBサイトなどへデータを転載する際には、“「高校生価値意識調査2022」リクルート進学総研調べ”と明記ください

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

『リクルート進学総研』WEBサイト <https://souken.shingakunet.com/>



## 調査概要

■調査目的：高校生の進学や仕事・将来のライフデザインに関する意識・価値観についての実態を把握し、高校生への理解を深めるための一助とする。

■調査期間：2022年8月26日（金）～8月30日（火）

■調査方法：インターネット調査（パネル「GMOリサーチ」）

■調査対象：調査開始時点で高校1～3年生で、卒業後の進路として大学・短期大学・専門学校いずれかへの進学を検討している者（全国）

■有効回答数：1,727人

└分析を行うにあたり、「関東」「東海」「関西」「その他エリア」それぞれにおいて、文部科学省「令和3年度学校基本調査（確定値）」から調査対象の母集団の男女構成比を算出し、回収後の全体に占めるエリアの男女構成比についてウェイトバック集計により補正を行っている。

### ◀2018年同調査概要▶

・調査期間：2018年9月12日（水）～9月14日（金） ・調査方法：インターネット調査

・調査対象：株式会社マクロミルのモニター会員のうち、調査開始時点で高校1～3年生で、大学・短期大学・専門学校いずれかへの進学を検討している男女。

・有効回答数：1,448人

└割付方法は2022年調査と同様。

### ◀2014年同調査概要▶

・調査期間：2014年4月4日（金）～4月8日（火） ・調査方法：インターネット調査

・調査対象：株式会社マクロミルのモニター会員のうち、2014年3月時点の高校生を対象にスクリーニング調査を実施し、下記の①もしくは②に該当した者

①調査開始時点で高校2・3年生で大学・短期大学・専門学校いずれかへの進学を検討している男女。

②調査開始時点で高校既卒者で、高校時代に大学・短期大学・専門学校いずれかへの進学を検討したことがある男女。

・有効回答数：1,438人

└割付方法は2022年調査と同様。

### ◀2012年同調査概要▶

・調査期間：2012年4月13日（金）～4月20日（金） ・調査方法：インターネット調査

・調査対象：株式会社マクロミルのモニター会員のうち、調査開始時点で2014年調査と同条件に該当した者

・有効回答数：1,239人

└割付方法は2022年調査と同様。

## ■性別内訳（全体／単一回答）

			(%)		
			男性	女性	その他
2022年	全体	(n=1,727)	49.9	49.0	1.2
2018年	全体	(n=1,448)	50.3	49.7	—
2014年	全体	(n=1,438)	50.2	49.8	—
2012年	全体	(n=1,239)	50.4	49.6	—

※2012・2014・2018年は「その他」の選択肢なし

## ■高校所在地エリア（全体／単一回答）

			(%)								
			北海道	東北	北関東・甲信越	南関東	東海	北陸	関西	中国・四国	九州・沖縄
2022年	全体	(n=1,727)	4.7	7.8	10.2	26.2	12.3	2.4	16.3	8.4	11.5
2018年	全体	(n=1,448)	3.7	7.5	9.6	27.2	12.3	2.4	16.8	9.6	10.9
2012年	全体	(n=1,239)	8.8	6.0	7.9	27.3	12.0	3.2	16.2	9.2	9.3

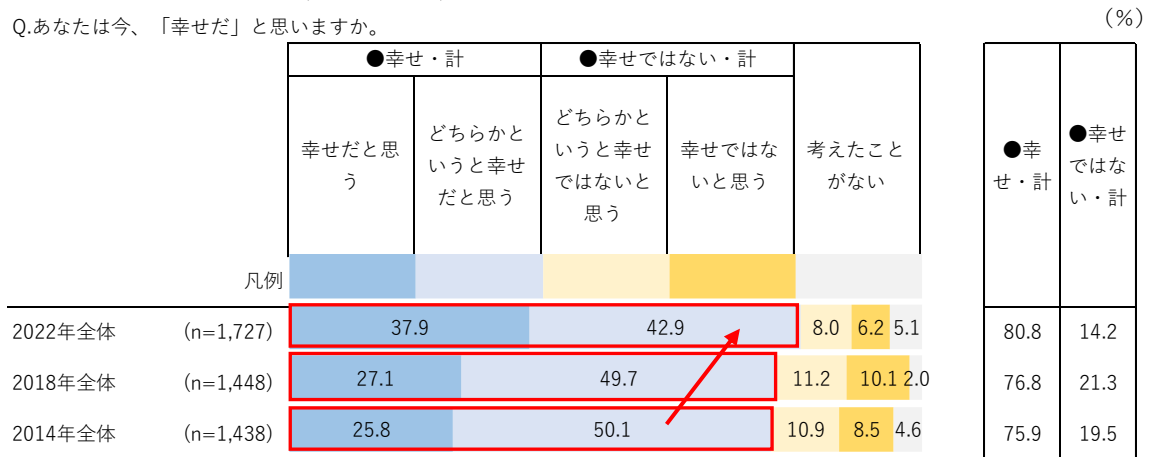
■ 今の自分が「幸せだと思う」割合は2018年と比較して10.8ポイント増加の37.9%、「どちらかという  
と幸せだと思う」と合計すると、2014年以降過去最高の80.8%となった。

- 2014年：75.9%→2015年：78.1%→2018年：76.8%→2022年：80.8%
- 「幸せ・計」の回答に対するコメントとして「衣食住に困らない」「戦争がない」「当たり前の生活を不自由なくできている」等、平和で身近な暮らしに幸せを感じている特徴が見られる。

■ 自分の将来が「明るい・計」が71.3%に対し、社会の将来が「明るい・計」が50.9%、「明るくない・計」が49.1%と明暗が二極化。

■ 今の自分は幸せか？（単一回答）

Q.あなたは今、「幸せだ」と思いますか。

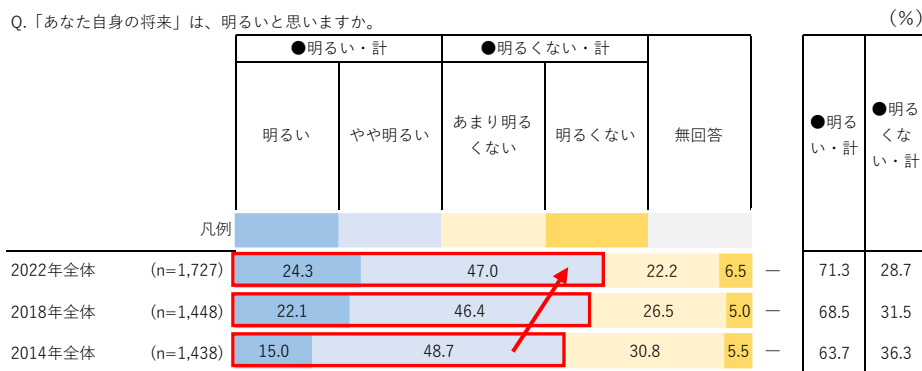


**「幸せ・計」：**  
 「衣食住に困らないから。  
 夢を持つことができるから」  
 「当たり前の生活を不自由なくできているから」  
 「戦争がない国に住んでいるから」  
 「家族が元気。友達がいる」

**「幸せではない・計」：**  
 「やりたいことを見つけられていないから」  
 「学校の課題が多すぎる。予備校が忙しい。  
 寝れない」  
 「お金がないから」

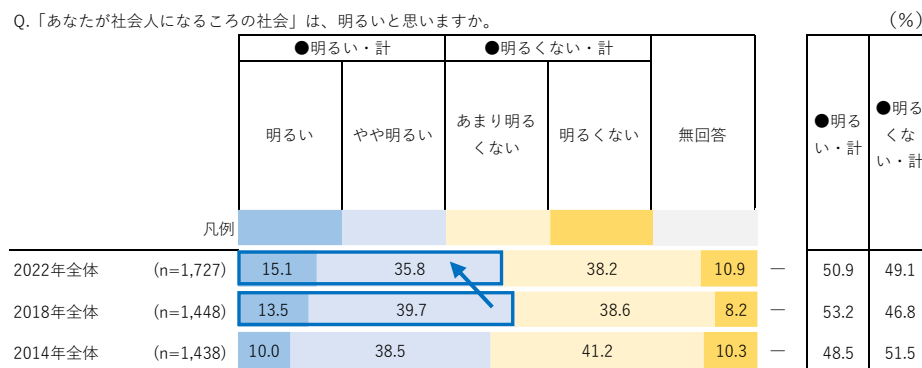
■ 自分・社会の将来は明るいか？（単一回答）

Q.「あなた自身の将来」は、明るいと思いますか。



**「明るい・計」：71.3%**  
 2014年から連続して増加

Q.「あなたが社会人になるころの社会」は、明るいと思いますか。



**「明るい・計」：50.9%**  
 2018年と比較して2.3ポイント減少

## 自分たちの世代に名前を付けるなら？

- 世代の名前1位は「コロナ世代」（10.7%）。続いて2位「Z世代」（8.8%）、「ネット・ネット依存・デジタル世代」（6.9%）。2位の「Z世代」は前回調査時（2018年）には出現せず、今回が初登場となった。この他自由回答からは、コロナによりさまざまな機会が制限されたことや、デジタル環境に適応しつつもそれに頼りすぎている意識が見て取れる。

### ■世代の名前ランキング（自由回答）

1位	コロナ世代（10.7%）
2位	Z世代（8.8%）
3位	ネット・ネット依存・デジタル世代（6.9%）
4位	SNS・SNS依存世代（2.4%）
5位	ゆとり・「ゆとり」と言われる世代（2.3%）

(n=1,727)

## 2022年調査の自由回答一部抜粋

### コロナ世代：

「コロナ大打撃世代」「青春コロナ世代」「青春マスク世代」  
「コロナによって青春が奪われた世代」

### Z世代：

「Z世代」「ZZZ世代」「Z+世代」

### ネット・ネット依存・デジタル世代：

「情報社会適応世代」「情報に頼る世代」「ネットに頼りきる世代」  
「ネット依存世代」「デジタル世代」

### SNS・SNS依存世代：

「SNSを使いこなせるがゆえに生きづらい世代」「SNS中心時代」「SNS依存世代」

### ゆとり・「ゆとり」と言われる世代：

「続ゆとり世代」「第二ゆとり世代」

### 上記の他：

「少子高齢化世代」「理不尽世代」「ながら世代」「制限世代」  
「耐え抜いた世代」

## 自分たち世代の「強み」「弱み」は？

- 自分たち世代ならではの「強み」・「弱み」  
 ちょうど10年前の2012年調査と比較すると、2022年は「強み」に情報技術系が集中する結果となった。一方「弱み」は「コミュニケーション・会話が下手」（9.7%）がトップとなり、2位は「インターネット・SNSへの依存やトラブル」（5.8%）となった。

### ■自分たちの世代ならではの「強み」（自由回答）

2012年調査 (n=1,239)		2022年調査 (n=1,727)	
1位	IT・情報化社会・デジタル (11.6%)	1位	インターネット・SNS (22.0%)
2位	若さ (5.4%)	2位	IT・情報化社会・デジタル (15.6%)
3位	インターネット・ネット (3.3%)	3位	情報の収集力・伝達力 (5.8%)

#### 2022年調査の自由回答一部抜粋

##### 1位：インターネット・SNS

「インターネットに長く触れてきた経験を活かし、IT技術を使ったスムーズでグローバルな繋がりを構築できる」

##### 2位：IT・情報化社会・デジタル

「学生がスマホを持つのが当たり前で、学校でもPCを使うのが当たり前になっており、機械の操作方法等が社会に出る前に学べる」

##### 3位：情報の収集力・伝達力

「ネット環境が整っているおかげで自分たちで調べたり発信する力がある」

### ■自分たちの世代ならではの「弱み」（自由回答）

2012年調査 (n=1,239)		2022年調査 (n=1,727)	
1位	ゆとり・ゆとり教育・ゆとり教育世代 (25.0%)	1位	コミュニケーション・会話が下手 (9.7%)
2位	学力・学習不足・知識不足・頭が悪い (8.6%)	2位	インターネット・SNSへの依存やトラブル (5.8%)
3位	諦めやすい・我慢できない・忍耐力(がない) (3.5%)	3位	経験不足 (人生・社会) (4.7%)

#### 2022年調査の自由回答一部抜粋

##### 1位：コミュニケーション・会話が下手

「ネットに慣れすぎて対面コミュニケーションが苦手」

##### 2位：インターネット・SNSへの依存やトラブル

「スマートフォン依存など強みが裏目に出ているところがある。  
 また自分の個人情報を守るのではなくどちらかといえばさらけ出しているところ」  
 「SNSによる犯罪やトラブルが多くあること」

##### 3位：経験不足 (人生・社会)

「コロナによってできなかった経験 (修学旅行・部活動) などで人生経験が少ない」

※ランキングは自由回答をコーディング集計

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>